

adverserve stellt auf der dmexco 2016 einzigartigen Programmatic Cycle von IKEA Österreich vor

Wien/Köln, 18. August 2016 –adverserve digital advertising services, Spezialist für Ad Technologies und Programmatic Advertising, hat in Kooperation mit IKEA Österreich einen einzigartigen Kampagnenkreislauf entwickelt, der ein perfektes Setup für Programmatic bietet. Dieser unterstützt werbungtreibende Unternehmen dabei, Programmatic effizient in die bestehende Marketingstrategie zu integrieren und gewonnene Userdaten gewinnbringend einzusetzen. Gemeinsam mit IKEA Österreich wird adverserve diesen Programmatic Cycle erstmals auf der dmexco 2016 in Köln (14./15. September) vorstellen.

Das Potenzial von Programmatic Advertising ist enorm, da sind sich die Experten einig. Laut einer Untersuchung des BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.) beliefen sich die Umsätze für Programmatic Advertising in Deutschland in 2015 auf rund 390 Millionen Euro, was einem beeindruckenden Plus von 45 Prozent im Vergleich zu 2014 entspricht. adverserve treibt die Transformation in der digitalen Werbewirtschaft von Beginn an maßgeblich voran. Der Experte für Ad Technologies und Programmatic Advertising aus Wien, der gerade kräftig in Deutschland expandiert, bietet neben umfangreicher strategischer Beratung alle technologischen Aspekte des Programmatic Marketing – von SSP und DSP über DMP – sowie das gesamte Spektrum des Ad Managements. Somit werden sämtliche Anforderungen der Kunden ganzheitlich abgedeckt.

Dieses umfassende Know-how hat zahlreiche global agierende Marken überzeugt, sodass adverserve international mittlerweile über 140 Kunden zählen kann. Eines der Unternehmen, das auf die Leistungen des Advertising-Spezialisten vertraut, ist **IKEA Österreich**. „Wir haben in Zusammenarbeit mit IKEA in Österreich einen einzigartigen programmatischen Kampagnenkreislauf entwickelt, bei dem die Segmentierung der Userdaten in Echtzeit eine zentrale Rolle spielt“, erklärt Thomas Zant, CEO, adverserve. „Dank unseres Programmatic Cycle wird die Ansprache der Kunden dabei immer individualisierter. Ziel ist es, dass IKEA seine Kunden nicht nur auf der Customer Journey, sondern über den gesamten Customer Life Cycle hinweg begleitet.“

Dies wird unter anderem dadurch erreicht, dass die aus der Kampagne gewonnenen Insights mit Echtzeit-Daten angereichert werden, die über die eigenen Kanäle intelligent geclustert werden. Corinna Wascher, Campaign & Media Manager AT, IKEA, ergänzt: „Mit Programmatic Advertising kommen wir weg vom klassischen, recht statischen Targeting anhand demographischer Daten. Heute sprechen wir unsere Kunden viel genauer auf Basis ihrer persönlichen Interessen an. Die zur Verfügung stehende Datenvielfalt ist enorm und insbesondere die Aktualität der Daten, nämlich Echtzeit, verknüpft mit relevantem Content pushen die Performance unserer Kampagnen beachtlich.“

adverserve wird zusammen mit IKEA Österreich diesen besonderen Programmatic Cycle im Rahmen des [Seminars](#) „Programmatic Customer Life Cycle Management - Best-Practice Beispiel IKEA“ vorstellen (14. September von 10:00 Uhr – 10:45 Uhr, Seminar 4).

Weitere Informationen unter <http://dmexco.de>.

Über adverserve digital advertising services GmbH

Die adverserve digital advertising services GmbH ist ein unabhängiges Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen für Ad Technologies und Programmatic Advertising sowie Vorreiter des Data-driven Advertisings. Das Unternehmen wurde 2001 in

Wien gegründet und richtet sich mit seinem Produkt- und Leistungsportfolio an Advertiser, Publisher und Agenturen gleichermaßen. Unter dem Angebot Managed Services bietet adberserve seinen Kunden das volle Leistungsspektrum des digitalen Ad Managements. Neben dem klassischen Kampagnen-Setup sowie komplexen Datenanalysen und Optimierungsmaßnahmen sind dies die Entwicklung und Realisierung von strategischen Konzepten für erfolgreiches Programmatic Marketing und Data Management. Das Unternehmen betreut derzeit über 140 Kunden. Zusätzlich zum Hauptsitz in Wien führt die adberserve digital advertising services GmbH eine Niederlassung in Kroatien und in der Schweiz sowie ein Sales Office in Schweden. adberserve operiert derzeit in sieben europäischen Ländern und beschäftigt mehr als 40 Mitarbeiter.

Pressekontakt:

Sebastian Paulus
adberserve@grayling.com
+49 89 411 123 217

Kathrin Steininger
press@adberserve.com
+43 1 522 7 220 72